

ABSTRAK

Pada umumnya orang membayangkan produk sebagai sesuatu yang berwujud nyata, memiliki bentuk, dapat dilihat, disentuh atau pada intinya menggambarkan produk sebgas sesuatu yang berbentuk lahiriah. Tetapi ada produk yang tidak berwujud dan tidak dapat disentuh secara nyata, namun dapat dirasakan manfaatnya, inilah yang disebut jasa. Dalam hal ini penulis memfokuskan pada bidang jasa, khususnya fotografi. Banyak hal yang memotivasi orang untuk membeli jasa foto diantaranya keinginan untuk mendokumentasikan peristiwa-peristiwa spesial seperti pernikahan, wisuda, keluarga dan lainnya. Akhir-akhir ini bisnis di bidang jasa fotografi semakin berkembang. Semakin banyak perusahaan jasa bermunculan, menyebabkan semakin ketatnya persaingan dalam bidang ini. Perusahaan dituntut memiliki kualitas sumber daya manusia yang bagus dan memberikan pelayanan yang prima. Dalam industri jasa yang terpenting adalah kualitas jasa layanan. Hal ini dapat dilihat dalam 5 dimensi kualitas jasa yaitu: *Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance*. Apabila unsur kualitas jasa diatas sudah dapat dipenuhi maka loyalitas pelanggan akan dapat tercipta. Loyalitas pelanggan terlihat ketika pelanggan melakukan pembelian ulang secara teratur, membeli antarlini produk atau jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap pesaing. Penulis melihat bahwa kualitas layanan yang diberikan XQquisite Photography cukup baik. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pelaksanaan kualitas jasa, tingkat loyalitas dan seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di XQquisite Photography Bandung. Dapat dilihat dari hasil analisis data kuisisioner yang disebarkan pada 35 responden, dengan menggunakan uji korelasi Spearman. Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi sebesar 0,736 atau 73,6 %, dengan statistik uji t hit $4,292 > t \text{ tab } 0,283$ sehingga H_0 ditolak maka ada pengaruh kualitas jasa layanan Studio foto terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dilakukan sebagai masukan dalam membantu XQquisite Photography untuk mengetahui titik kelemahannya sehingga dapat memperbaiki agar perusahaan dapat mempertahankan eksistensinya dalam menghadapi persaingan yang ketat serta dapat mempertahankan pelanggannya.

Kata kunci : fotografi, kualitas jasa, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

In general people conceive product as extant something that reality, owning form, can be seen, to be touched or at it's nucleus core depict product as good as something that in form of naturally. But there is abstract product and cannot be touched manifestly, but can be felt by its benefit, this referred as service. In this case writer focussed at service area, specially photography. Many matter which motivating people to buy service photograph among others desire to document special event like nuptials, graduation, family and is other. Recently business in photography service area progressively expand. More and more service firm pop out, causing progressively tighten emulation in the field of this. Company claimed to have the quality of good human resource and give prima service. In all important service industries is the quality of service. This matter can be seen in 5 dimension of service quality that is: Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance. If element quality of service above have earned to be fulfilled by hence customer loyalty will be able to be created. Customer loyalty seen when customer do re-buying regularly, buying other product or service, reference to others, and show impenetrability to competitor. Writer see that quality XQusite Photography of given by service is good enough. This research is addressed to know execution of service quality, mount loyalty and how big influence of is service quality to customer loyalty in XQusite Photography Bandung. Visible from result of propagated by quisioner data analysis at 35 responder, by using Spearman correlation test. Result of research show the existence of correlation equal to 0,736 or 73,6 %, with statistic test t hit $4,292 > t \text{ tab } 0,283$ so that H_0 refused by hence there's influence of quality of studio services photograph to customer loyalty. This matter is conducted as input in assisting XQusite Photography to know its weakness so that can improve and repair company to can maintaining its it in face of tight emulation and also can maintain its customer.

Keyword : photography, service quality, customer loyalty.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Kerangka Pemikiran, Hipotesis.....	7
1.5.1. Kerangka Pemikiran.....	7
1.5.2. Hipotesis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	13
2.2. Jasa.....	14
2.2.1. Karakteristik Jasa.....	15
2.2.2. Klasifikasi Jasa.....	17
2.2.3. Bauran Pemasaran Jasa.....	21
2.3. Kualitas.....	23
2.3.1. Dimensi Kualitas Jasa.....	27
2.4. Loyalitas.....	27
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian.....	38
3.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	38
3.1.2. Struktur Organisasi.....	39

3.2. Metode Penelitian.....	41
3.2.1. Desain Penelitian.....	41
3.2.2. Operasionalisasi Variabel.....	42
3.2.3. Metode Penarikan Sampel.....	45
3.2.4. Prosedur Pengumpulan Data.....	45
3.2.5. Metode Analisis.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian.....	50
4.1.1. Profil Responden.....	50
4.2. Pembahasan.....	52
4.2.1. Pelaksanaan Kualitas Jasa Layanan Studio Foto.....	52
4.2.2. Tingkat Loyalitas Pelanggan.....	64
4.2.2.1. Uji Validitas, Reliabilitas, Normalitas untuk Kualitas Jasa Layanan Studio Foto dan Lo- yalitas Pelanggan menggunakan SPSS 12.....	70
4.2.3. Pengaruh Kualitas Jasa Layanan Studio Foto Dengan Loyalitas Pelanggan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

2.1.	Karakteristik Jasa.....	17
2.2.	Tiga Jenis Pemasaran Dalam Industri Jasa.....	25
3.1.	Struktur Organisasi.....	40

DAFTAR TABEL

3.2.	Operasional Variabel Kualitas Jasa Layanan Studio Foto (X)	43
3.3.	Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	44

PROFIL RESPONDEN

4.1.	Jenis Kelamin.....	50
4.2.	Usia.....	50
4.3.	Pekerjaan.....	51
4.4.	Sumber Informasi.....	52

TANGGAPAN KONSUMEN

4.5.	Mengenai Peralatan Lengkap Dan Modern.....	53
4.6.	Mengenai Kenyamanan Dan Kebersihan Ruangan.....	53
4.7.	Mengenai Jumlah Variasi Layar (<i>Background</i>).....	54
4.8.	Mengenai Sarana Parkir Yang Memadai.....	54
4.9.	Mengenai Ruang Tunggu Yang Nyaman.....	55
4.10.	Mengenai Karyawan XQusite Memahami Keinginan Konsumen.....	56
4.11.	Mengenai Fotografer XQusite Memahami Keinginan Konsumen.....	56
4.12.	Mengenai Karyawan XQusite Sabar Dalam Memahami Keinginan Konsumen.....	57
4.13.	Mengenai Fotografer XQusite Sabar Dalam Memahami Keinginan Konsumen.....	58
4.14.	Mengenai Karyawan XQusite dalam Memberikan Informasi yang Tepat.....	58
4.15.	Mengenai Profesionalisme Fotografer XQusite Dalam Melayani Konsumen.....	59
4.16.	Mengenai Profesionalisme Koreografer XQusite Dalam Melayani Konsumen.....	59

4.17.	Mengenai Waktu Pemrosesan Hasil Foto.....	60
4.18.	Mengenai Ketepatan Waktu Hasil Foto.....	61
4.19.	Mengenai Karyawan XQquisite Selalu Siap Sedia Melayani.....	61
4.20.	Mengenai XQquisite Dalam Menjaga Waktu Tunggu Giliran Foto.....	62
4.21.	Mengenai Pengetahuan Karyawan XQquisite.....	63
4.22.	Mengenai Kemampuan Fotografer XQquisite.....	63
4.23.	Mengenai Kualitas Hasil Foto.....	64
4.24.	Mengenai Pemakaian Jasa Berulang.....	64
4.25.	Mengenai Tetap Memakai Jasa XQquisite Walaupun Harganya Lebih Mahal.....	65
4.26.	Mengenai Penggunaan Fasilitas Jasa Lain Selain Foto.....	66
4.27.	Mengenai Mengatakan Pada Orang Lain Mengeani Kualitas Baik Dari XQquisite.....	66
4.28.	Mengenai Konsumen Senang Jika Ada Orang Lain Memakai Jasa Sama.....	67
4.29.	Mengenai Konsumen Akan Menyakinkan Orang Lain Untuk Memakai Jasa di XQquisite.....	67
4.30.	Mengenai Penolakan Konsumen Jika Ada Yang Mengatakan Studio Foto Lain Lebih Baik.....	68
4.31.	Mengenai Konsumen Tetap Menganggap XQquisite Terbaik.....	69
4.32.	Mengenai Konsumen Tidak Akan Mencoba Jasa Studio Foto Lain.....	69
4.33.	Validitas Kualitas Jasa Layanan.....	70
4.34.	Validitas Loyalitas.....	71
4.35.	Reliabilitas Untuk Kualitas Jasa Layanan.....	71
4.36.	Reliabilitas Untuk Loyalitas.....	72
4.37.	Normalitas Untuk Kualitas Jasa Layanan Dan Loyalitas.....	72
4.38.	Korelasi Spearman.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan Kuisisioner Kualitas Jasa Layanan Studio Foto dan Kuisisioner Loyalitas Pelanggan.....	81
Daftar Tabulasi Kuisisioner Kualitas Jasa dan Loyalitas Pelanggan.....	84
Daftar Skor Total Kuisisioner Kualitas Jasa dan Loyalitas Pelanggan.....	86
Validitas Kualitas Jasa Layanan Studio Foto.....	87
Validitas Loyalitas Pelanggan.....	87
Reliabilitas Kualitas Jasa Layanan Studio Foto.....	87
Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....	88
Normalitas Variabel Kualitas Jasa Layanan Studio Foto dan Loyalitas Pelanggan.....	89
Correlations Spearman.....	89
Tabel Anova.....	89
Tabel Q Spearman.....	90
Foto Objek Penelitian.....	91
Riwayat Hidup.....	94

